



## Rebranding Bawang Merah Goreng Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Bawang Merah Di Desa Musir Kidul

### *Rebranding Of Fried Shallots As An Effort To Improve The Quality Of Shallots In Musir Kidul Village*

Siti Mi'Danur Rahmah<sup>1</sup>, Aufa Izzuddin Baihaqi<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: [ssmidanurr@gmail.com](mailto:ssmidanurr@gmail.com)<sup>1</sup>, [aufa.izzudin.adbis@gmail.com](mailto:aufa.izzudin.adbis@gmail.com)<sup>2</sup>

Korespondensi penulis: [ssmidanurr@gmail.com](mailto:ssmidanurr@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: 28 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 21 Juli 2023

**Keywords:** MSME, Rebranding, Diversification, Marketing, Packaging.

**Abstract:** Product rebranding activities as an effort to improve the quality of shallot products in Musir Kidul village, Rejoso District, Nganjuk Regency, which is one of the activities aimed at the people of Musir Kidul Village to gain more knowledge about rebranding and also diversification of fried shallot products. Previously, the Shallot UMKM managed by Puspita Makmur Nganjuk had not innovated products but only sold shallots. Here we assist Shallots SMEs to diversify their products into fried shallots and also rebranding from a brand perspective, choosing the right brand that is easy for consumers to remember has an effect on product sales. The BARENG DIO brand ((Mas Dio's Fried Onion) is preferred as a fried shallot brand because it is easy to remember because it uses the name of the owner.

#### **Abstrak**

Kegiatan *rebranding* produk sebagai upaya peningkatan kualitas produk bawang merah di desa Musir Kidul, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, yang dimana merupakan salah satu kegiatan yang ditujukan kepada masyarakat Desa Musir Kidul untuk mendapatkan ilmu lebih tentang *rebranding* dan juga disversifikasi produk bawang merah goreng. UMKM Bawang Merah yang dikelola oleh Puspita Makmur Nganjuk ini sebelumnya belum berinovasi produk melainkan hanya menjual bawang merah saja. Disini kami mendampingi UMKM Bawang Merah untuk disversifikasi produk menjadi bawang merah goreng dan juga *rebranding* yang ditinjau dari aspek merk, pemilihan merk yang tepat dan mudah diingat oleh konsumen berpengaruh pada penjualan produk. Merk BARENG DIO ((Bawang Goreng Mas Dio) dipilih sebagai merek bawang merah goreng karena mudah diingat karena menggunakan unsur nama dari sang pemilik.

**Kata kunci:** UMKM, Rebranding, Disversifikasi, Pemasaran, Kemasan.

## **1. PENDAHULUAN**

Rebranding UMKM pada bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif di Desa Musir Kidul berkaitan dengan peningkatan kualitas bawang merah. Rebranding merupakan strategi untuk mengubah citra atau identitas suatu produk atau bisnis dengan tujuan menarik konsumen baru, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Bawang merah merupakan tanaman pedas yang sangat mudah ditemui di berbagai daerah, khususnya penguasa Nganjuk. Bawang merah merupakan komoditas dengan umur simpan yang pendek. Karena kandungan airnya yang tinggi, umbi mudah busuk. Saat panen raya, bawang merah melimpah, harga jual turun sehingga merugikan petani. Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya penguasaan bawang merah termasuk dalam pembuatan bawang merah goreng, karena bawang merah goreng sering digunakan masyarakat sebagai bumbu

\* Siti Mi'Danur Rahmah, [ssmidanurr@gmail.com](mailto:ssmidanurr@gmail.com)

masakan atau sebagai tambahan menu sehari-hari. Fenomena ini dimanfaatkan pengelola Puspita Makmur untuk membuat olahan dari bawang merah. KKN-T 67 Kelompok Musir Kidul membantu UMKM di Puspita Makmur meningkatkan animo masyarakat agar bisa menjangkau semua kalangan melalui diversifikasi inovasi. Produk jadi terbuat dari produk bawang merah goreng.

Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari konsep dasar pemasaran yaitu proses Pemasaran produk dengan alat pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi (Kotler, 2002). Kurangnya ilmu pengetahuan tentang diversifikasi produk barang/jasa yang berkualitas menjadikan produk UMKM belum mencapai standart untuk kualitasnya (Muchtar et al., 2020). UMKM Puspita Makmur merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan bahan makanan dengan bahan baku utama Bawang Merah. Produk yang dihasilkan dari diversifikasi produk yaitu Bawang Merah Goreng (Bareng Dio). Usaha ini beralamat di Jalan Bojonegoro No RT.002, RW 001, Ds. Musir Kidul, Kec.Rejoso, Kab. Nganjuk. UMKM ini memperkerjakan karyawan setiap terdapat panen Bawang Merah.

Dari hasil kajian Ramli (2017) yang menyimpulkan bahwasannya pembuatan kemasan, brosur, dan penggunaan media sosial dapat lebih mudah pelaku usaha untuk melakukan kegiatan marketing untuk mendapatkan konsumen baik lokal maupun skala nasional.

Kegiatan ini untuk mengedukasi kepada masyarakat Desa Musir Kidul yang dimana pekerjaan utamanya yaitu petani Bawang Merah untuk mengelola Bawang Merah menjadi produk siap saji dengan memberi kemasan khusus sebagai bahan branding untuk pemasaran dan memberikan merk yang baik dan dapat diingat oleh konsumen Bawang Merah goreng yang dijual.

Dengan menerapkan rebranding UMKM pada bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif, Desa Musir Kidul dapat memperkuat citra produk bawang merah mereka, meningkatkan daya saing, dan menarik minat konsumen yang lebih luas. Hal ini diharapkan akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kualitas bawang merah dan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

Dari permasalahan yang telah ditemukan dilapangan dan juga permintaan dari mitra di dalam kegiatan pendampingannya, maka mahasiswa KKN-T 67 melaksanakan kegiatan pendampingan yang terfokus pada 3 kegiatan utama yang sesuai dengan skema KKN-T Kewirausahaan yaitu:

1. Pendampingan dalam disversifikasi produk

Pendampingan ini tujuannya untuk menginovasikan produk bawang merah, karena bawang merah yang tidak diolah dapat dengan mudah membusuk. Sehingga kami dari kelompok 67 membuat inovasi produk Bawang Merah Goreng.

2. Pendampingan dalam pemilihan kemasan produk

Pendampingan ini tujuannya untuk edukasi kepada pemilik UMKM Bawang Merah untuk tidak asal memilih dan menggunakan kemasan untuk produk Bawang Merah Goreng. Kemasan digunakan sebagai wadah dari produk yang akan dipasarkan, kemasan juga digunakan untuk mempengaruhi daya tahan suatu produk.

3. Pendampingan dalam pemilihan dan penggunaan merk produk

Merk mempunyai kegunaan untuk pembeda antara produk satu dengan produk yang lainnya. Banyaknya produk olahan Bawang Merah Goreng

Kegiatan pendampingan UMKM untuk meningkatkan pemasaran dari produk UMKM Bawang Merah, sehingga produk UMKM dapat melambung untuk kenal luas dan dapat bersaing dengan produk lain serta mampu masuk kepasar pasar Nganjuk yang pada akhirnya dapat meningkatkan taraf ekonomi owner dan para pekerja di UMKM Puspita Makmur.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Disversifikasi Produk

Diversifikasi produk UMKM bawang merah goreng di Desa Musir Kidul dapat memiliki beberapa hasil yang positif, antara lain:

1. **Penarikan Minat Konsumen Baru:** Diversifikasi produk membuka peluang untuk menarik minat konsumen baru yang mungkin belum tertarik dengan produk bawang merah biasa. Dengan menghadirkan varian bawang merah goreng, seperti rasa pedas, manis, atau rempah-rempah tambahan, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik konsumen yang memiliki preferensi rasa yang berbeda.
2. **Peningkatan Pendapatan:** Diversifikasi produk dapat meningkatkan pendapatan UMKM bawang merah di Desa Musir Kidul. Dengan menyediakan variasi produk, UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan jumlah penjualan. Penambahan pendapatan ini dapat digunakan untuk pengembangan bisnis, peningkatan kualitas produksi, atau peningkatan modal kerja.
3. **Penguatan Branding:** Diversifikasi produk bawang merah goreng juga dapat membantu memperkuat branding UMKM. Dengan menyediakan produk yang unik dan

berbeda, UMKM dapat memperoleh keunggulan kompetitif di pasar. Konsumen dapat mengidentifikasi merek UMKM dengan produk bawang merah goreng yang berkualitas dan mengingatnya ketika mereka ingin membeli produk serupa di masa depan.

4. **Peluang Ekspansi Pasar:** Diversifikasi produk dapat membuka peluang ekspansi pasar untuk UMKM bawang merah di Desa Musir Kidul. Misalnya, bawang merah goreng yang berkualitas tinggi dan memiliki citarasa khas dapat diekspor ke pasar internasional. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang penjualan di luar pasar lokal.
5. **Daya Saing yang Lebih Tinggi:** Diversifikasi produk membantu UMKM bawang merah meningkatkan daya saing mereka di pasar. Dengan menyediakan produk inovatif dan berkualitas, UMKM dapat bersaing dengan pesaing lainnya dan membedakan diri mereka dari produk sejenis. Ini juga dapat membantu mereka mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru.

Diversifikasi produk UMKM bawang merah goreng di Desa Musir Kidul dapat memberikan hasil positif dalam hal peningkatan pendapatan, ekspansi pasar, penguatan branding, dan peningkatan daya saing. Melalui diversifikasi, UMKM dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif pada perekonomian lokal.

## **2. Pemilihan Kemasan Produk**

Dalam pemilihan kemasan produk bawang merah goreng untuk UMKM Puspita Makmur, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. **Identitas Merek:** Kemasan harus mencerminkan identitas merek UMKM Puspita Makmur. Pertimbangkan untuk menggunakan logo, warna, dan elemen desain yang konsisten dengan merek tersebut. Hal ini membantu membangun pengenalan merek dan membedakan produk dari pesaing.
3. **Kesesuaian dengan Produk:** Kemasan harus sesuai dengan produk bawang merah goreng yang ditawarkan. Pertimbangkan ukuran, bentuk, dan tipe kemasan yang tepat untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk. Misalnya, kemasan yang kedap udara dan tahan terhadap kelembaban agar bawang merah goreng tetap renyah dan enak.
4. **Daya Tarik Visual:** Desain kemasan harus menarik dan memikat konsumen. Gunakan gambar atau ilustrasi yang menggambarkan bawang merah goreng yang lezat dan menggugah selera. Pemilihan font dan kombinasi warna yang menarik juga dapat meningkatkan daya tarik visual kemasan.

5. **Informasi Produk:** Kemasan harus memberikan informasi yang jelas tentang produk. Sertakan label nutrisi, tanggal kadaluwarsa, petunjuk penyimpanan, dan instruksi penggunaan jika diperlukan. Ini membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang tepat dan memberikan kepercayaan pada produk.
6. **Kemasan yang Praktis:** Pertimbangkan kemasan yang praktis dan mudah digunakan oleh konsumen. Misalnya, kemasan yang mudah dibuka dan ditutup kembali, serta dapat dimakan secara langsung tanpa perlu alat tambahan. Hal ini memberikan kenyamanan bagi konsumen dan meningkatkan pengalaman penggunaan produk.
7. **Keberlanjutan Lingkungan:** Pilihlah kemasan yang ramah lingkungan. Pertimbangkan penggunaan bahan kemasan yang dapat didaur ulang atau terbuat dari bahan ramah lingkungan. Ini dapat membantu UMKM Puspita Makmur menjaga komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan menarik konsumen yang peduli dengan isu lingkungan.
8. **Ketersediaan dan Biaya:** Pertimbangkan ketersediaan dan biaya kemasan. Pilih kemasan yang dapat diperoleh dengan mudah di pasar lokal atau melalui pemasok terpercaya. Selain itu, perhitungkan juga biaya produksi dan pengemasan yang terjangkau agar tetap sesuai dengan anggaran UMKM Puspita Makmur.

Dalam memilih kemasan produk bawang merah goreng UMKM Puspita Makmur, penting untuk mempertimbangkan aspek-aspek di atas agar kemasan dapat membantu memperkuat merek, meningkatkan penjualan, dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen.

### **3. Pemilihan dan Penggunaan Merk Produk**

Dalam pemilihan dan penggunaan merek produk BARENG DIO (Bawang Merah Goreng) UMKM Puspita Makmur di Desa Musir Kidul, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

#### **1. Relevansi dengan Produk**

Pastikan merek yang dipilih relevan dengan produk bawang merah goreng yang ditawarkan oleh UMKM Puspita Makmur. Merek harus mencerminkan karakteristik, keunikan, atau keistimewaan produk bawang merah goreng tersebut.

#### **2. Diferensiasi dari Pes Konkret**

Merek yang dipilih harus dapat membedakan produk bawang merah goreng UMKM Puspita Makmur dari pesaingnya di Desa Musir Kidul. Pertimbangkan unsur yang

membuat merek menjadi unik, menarik, atau mencerminkan keunggulan produk. Ini membantu menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing.

### **3. Daya Ingat yang Tinggi**

Pilih merek yang mudah diingat oleh konsumen. Pertimbangkan penggunaan kata-kata yang sederhana, jelas, dan mudah diucapkan serta diingat oleh konsumen Desa Musir Kidul. Merek yang mudah diingat akan membantu membangun kesadaran merek dan menciptakan loyalitas konsumen.

### **4. Kesesuaian dengan Target Pasar**

Perhatikan preferensi dan kebutuhan target pasar di Desa Musir Kidul. Merek yang dipilih harus sesuai dengan selera, gaya hidup, dan nilai-nilai konsumen di wilayah tersebut. Ini membantu menciptakan ikatan emosional dan keterikatan dengan merek di antara konsumen setempat.

### **5. Legalitas dan Perlindungan Merek**

Pastikan merek yang dipilih tidak melanggar hak kekayaan intelektual pihak lain. Lakukan pengecekan untuk memastikan merek tersebut tersedia dan tidak bertabrakan dengan merek lain yang sudah ada. Melindungi merek secara hukum juga penting untuk menjaga keunikan merek dan mencegah penggunaan atau penyalahgunaan oleh pihak lain.

### **6. Konsistensi dalam Penggunaan**

Setelah merek dipilih, pastikan penggunaan merek tersebut konsisten di semua aspek pemasaran UMKM Puspita Makmur. Ini mencakup penggunaan merek pada kemasan produk, materi promosi, situs web, media sosial, dan komunikasi lainnya. Konsistensi membantu membangun pengenalan merek yang kuat dan memperkuat identitas merek di mata konsumen.

### **7. Komunikasi Nilai Produk**

Merek yang dipilih harus dapat mengkomunikasikan nilai-nilai, kualitas, dan manfaat produk bawang merah goreng UMKM Puspita Makmur kepada konsumen. Pastikan merek tersebut dapat mencerminkan keunggulan produk, seperti rasa yang lezat, kualitas terbaik, proses produksi yang terjamin, atau kualitas organik jika ada.

Pemilihan dan penggunaan merek produk BARENG DIO (Bawang Merah Goreng) UMKM Puspita Makmur di Desa Musir Kidul harus mempertimbangkan kebutuhan pasar lokal, keunggulan produk, dan nilai-nilai merek untuk mencapai daya tarik dan kesuksesan dalam bisnis bawang merah goreng.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam kesimpulan, rebranding UMKM pada bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif di Desa Musir Kidul merupakan strategi yang efektif dalam upaya peningkatan kualitas bawang merah. Dengan melakukan rebranding, UMKM dapat mengubah citra atau identitas mereka, memperkenalkan perubahan yang positif, dan meningkatkan daya saing produk bawang merah di pasar.

Melalui rebranding, UMKM dapat mengidentifikasi kelemahan dalam produksi, pemasaran, atau manajemen yang mempengaruhi kualitas bawang merah, dan mengambil langkah perbaikan yang tepat. Diversifikasi produk bawang merah goreng, pemilihan kemasan yang menarik, kolaborasi dengan pihak lain, pendidikan dan pelatihan petani, serta strategi pemasaran yang efektif adalah beberapa elemen yang terkait dengan rebranding.

Rebranding juga memberikan peluang untuk menarik minat konsumen baru, meningkatkan pendapatan UMKM, memperkuat branding, membuka peluang ekspansi pasar, dan meningkatkan daya saing. Melalui identitas merek yang kuat, kualitas produk yang lebih baik, dan strategi pemasaran yang efektif, UMKM di Desa Musir Kidul dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

Dengan demikian, rebranding UMKM pada bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif di Desa Musir Kidul merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan kualitas bawang merah, memperluas pasar, dan menciptakan peluang bisnis yang lebih baik. Dengan terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar, UMKM dapat mencapai kesuksesan jangka panjang dan berperan penting dalam pengembangan ekonomi kawasan tersebut.

#### REFERENSI

- Bank Indonesia. 2013. Pola Pembiayaan Usaha Kecil Menengah Usaha Budidaya Bawang Merah. Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM. Jakarta
- Balitbang Pertanian. 2005. Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Bawang Merah. Departemen Pertanian. Jakarta
- Adiyoga, W. 1999. Beberaapa Alternatif Pendekatan untuk Mengukur Efisiensi atau In-Efisiensi dalam Usahatani. *Jurnal Informatika Pertanian*. Vol 8.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). DAMPAK KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UKM DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>